Accueillir la génération hyperconnectée . 3/(4)

Les moins de 30 ans ne veulent pas signer un chèque en blanc à une quelconque organisation et dépendre seulement de la conjoncture économique. Mais ils redoutent encore plus de rester sur le bord de la route.

Leur engagement peut être très minimaliste

On les surnomme « digital native » parce qu'ils ont grandi avec une souris dans la main et qu'ils jonglent facilement avec l'information. Ils paraissent désinvoltes, insolents, peu soucieux de respecter les règles. Impatients, ils apparaissent en décalage avec le fonctionnement par processus des grandes entreprises. Ils ne sont pas dans la soumission et ont une autre relation à l'autorité. « De nombreux managers se retrouvent décontenancés par le fonctionnement de leurs nouvelles recrues. Car le modèle "travaille bien, tu seras promu" et les vieilles recettes de management ne fonctionnent plus avec eux. Leur engagement peut être très minimaliste. Mais quand ils trouvent de l'intérêt et de l'utilité, ils peuvent jouer le jeu de l'entreprise durant une période limitée », souligne Daniel Ollivier, formateur et coauteur avec Catherine Tanguy de *Génération Y, mode d'emploi.* Ce qui caractérise cette génération est une nouvelle façon d'envisager son projet professionnel. C'est là que le fossé est le plus grand, a pu constater Daniel Ollivier à travers ses propres enfants. « Ils se posent des questions sur l'intérêt de mettre leur projet professionnel au centre de leur vie. Ils préfèrent avoir du temps libre avec un salaire correct plutôt qu'un salaire plus important et une vie moins équilibrée. De jeunes cadres arrivent le matin à 9 heures ou 9 h 30 parce qu'ils amènent leurs enfants à l'école et que ça a du sens pour eux. » Une autre caractéristique est le besoin de personnalisation. « Ces jeunes nous disent, je suis unique… Partez de mes besoins et de ce que je suis en mesure d'apporter. Il faut donc pouvoir les intégrer mais pas les assimiler. Ils refusent les procédures standardisées. Ils veulent pouvoir être sollicités sur la manière dont ils sont intégrés. Ils veulent l'être de manière personnalisée et être parrainés par quelqu'un qu'ils ont choisi et avec qui ils ont une relation de confiance », ajoute Daniel Ollivier.

Le signe d'un certain malaise

Les jeunes réagissent en consommateurs avertis sur le marché du travail. Dans un climat de marasme économique ceux qui rament pour trouver un stage ou un job ne manquent pas d'imagination pour contourner les obstacles. Ancienne de Cap Gemini, Agnès Duroni a créé sa propre structure de conseil RH. Elle est l'auteure d'une thèse à HEC sur la marque employeur. Ce qui lui a permis d'étudier les comportements de la nouvelle génération. Elle a recueilli sur son blog des témoignages qui sont le signe d'un certain malaise : « J'ai été surprise de constater que certains jeunes sont prêts à payer une agence de placement pour trouver un stage à l'étranger ou encore s'inventer une expérience professionnelle pour valoriser leur CV. » Ainsi, elle explique que Thomas, en deuxième année d'une grande école de commerce, a utilisé une agence de placement après avoir passé plusieurs mois sans succès à chercher un stage dans un pays anglophone. « Cela a été très rapide : un entretien pour m'évaluer et ensuite, un rendez-vous sur Skype avec une entreprise à Miami. Une fois que la compagnie a validé ma candidature, l'agence m'a aidé pour mon visa. » Le total des frais s'est élevé à plus de 3000 euros qui ont été payés par ses parents. Mais c'était cela ou rien. « Quant aux jeunes diplômés, ils se retrouvent souvent prisonniers d'un cercle infernal : ils ne parviennent pas à se faire embaucher. N'étant plus étudiants, ils n'ont plus la possibilité d'effectuer le stage qu'on leur propose », souligne Agnès Duroni. Alors pour arriver à leur fin, certains d'entre eux franchissent la ligne jaune en choisissant par exemple d'obtenir une fausse convention de stage auprès de sites spécialisés et en déboursant en moyenne près de 600 euros. « J'aurais préféré avoir un CDI ou un CDD mais un stage est toujours préférable à l'inactivité », explique Zoé.

Une présence forte sur les réseaux sociaux

Les entreprises qui embauchent des jeunes jouent désormais la carte des réseaux sociaux. A l'image du Crédit agricole, premier recruteur sur le secteur bancaire, qui s'était fixé, pour 2014, un objectif : 4 000 CDI, 3 500 alternants, 6 000 stagiaires et 150 VIE. Depuis deux ans et demi, le groupe, qui souhaite être perçu

LIENS

- Centre
- Vienne
- Cap Gemini
- total
- us
- Auch
- Mali
- Agen
- Link
- Ain
- tour
- Udi
- Euro
- Ppe
- Gers
- MPS
- Commerce
- Eure

RECHERCHE

Tapez votre recherche

TENDANCE DE LA SEMAINE

15/09/2014
Tambours
D e plus en plus sur la défensive, l'exécutif espère, cette **[...] >** Lire la suite

Tous les articles Tendance de la semaine

COULISSE DE LA SEMAINE

15/09/2014
EDF : comment l'Etat se prépare à ne pas reconduire Proglio
L'exécutif, qui a reconduit ou s'apprête à le faire la plupart des **[...] >** Lire la suite

Tous les articles Coulisse de la semaine

ENQUÊTES

15/09/2014 - **Le Brésil, entre récession et élections**
8/09/2014 - **Asean : boom du e-commerce en vue**
1/09/2014 - **Nouvelles boutiques d'avocats d'affaires**
25/08/2014 - **La course aux minerais afghans**
21/07/2014 - **Pharmacie 2.0 : bataille du médicament**

Toutes les Enquêtes

PERSPECTIVES ÉCONOMIQUES

15/09/2014
TAUX DIRECTEURS AMÉRICAINS : CHRONIQUE D'UNE CORRECTION ANNONCÉE
Le cap est donné. La Réserve fédérale s'apprête à entrer, à **[...] >** Lire la suite

Tous les articles Perspectives économiques

DÉCIDEURS

Philippe Reiller **Euro** **Nouveau** Ppe Grégoire Chertok **Hervé Digne** **Manuel Valls** Udi **Nicolas Sarkozy** **Hollande**

Tous les articles Décideurs

MANAGEMENT

19/05/2014 **(8,50€)**
Stimuler le goût d'entreprendre 3/(4)
[...] > Lire la suite

Tous les articles Management

comme une banque mutualiste et d'entrepreneurs et un groupe leader de dimension internationale, a mis en place une stratégie mixant une présence forte et ciblée sur les réseaux sociaux, et des actions de proximité. Selon Sophie Serratrice, directrice recrutement et marque employeur du groupe, cela permet d'arrêter quelque chose qui ne marche pas et de mieux segmenter les populations ciblées : « Facebook pour SOS Apprentis et le Prix Louise Tallerie qui s'adresse à toutes les étudiantes de niveau licence 3 et master des écoles et universités, LinkedIn pour les profils plus expérimentés, Twitter pour développer l'image, communiquer sur le groupe et poster quelques offres sans oublier notre site carrières Mycreditagricole.jobs. » Les réseaux sociaux ne suffisent pas car les usages se déportent du Web vers les applications mobiles. C'est pourquoi la banque a lancé en 2013 une application mobile dédiée au recrutement, MyCAJob. Elle permet de rechercher et de consulter l'ensemble des offres, de créer des alertes, de découvrir des vidéos sur les métiers de la banque mais aussi de bénéficier de conseils pour faire un CV et une lettre de motivation.

